

Savoir-faire locaux sur la cueillette et la culture du thé rouge (*rooibos*) en Afrique du Sud

un contexte de valorisation par des labels

Sous la Direction de :
Bernard Roussel (Ethnobotaniste Mnhn)
Pascale Moity-Maizi (Anthropologue Cnearc)

Maya Leclercq, doctorante en ethnobiologie au Mnhn

**Journée des doctorants du Département Hommes, Natures, Sociétés,
7 mars 2007, Muséum national d'histoire naturelle, Paris, France**

Plan

1. Présentation du terrain de la recherche, du rooibos et des producteurs
2. Les différentes stratégies de valorisation de la production
3. Orientation actuelle de la recherche
4. Difficultés rencontrées

1. Terrain de recherche

1.1. Localisation de l'aire de production du rooibos en Afrique du Sud



1. Le rooibos

1.2. Rooibos : *Aspalathus linearis*

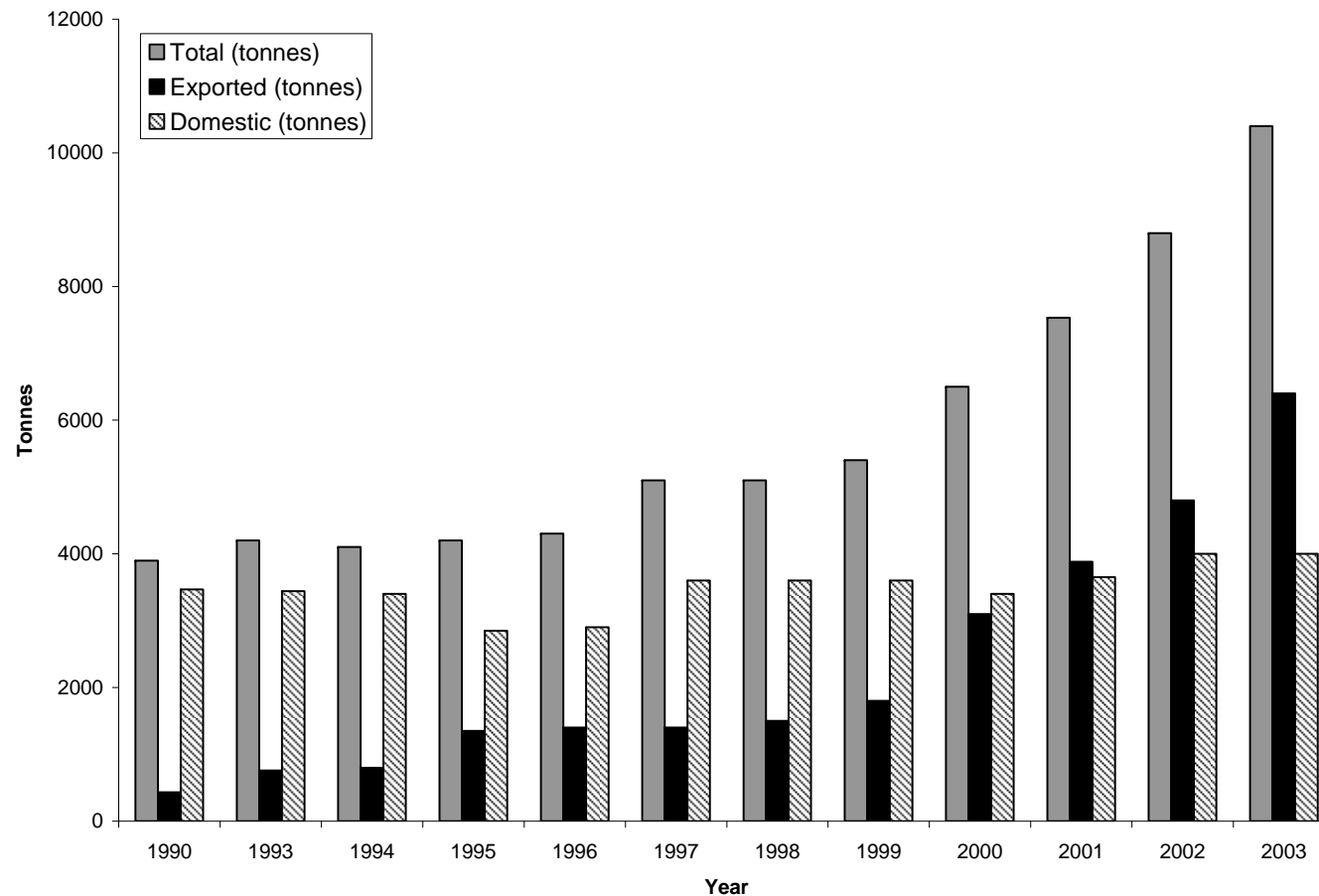
- Endémique à l'Afrique du Sud, limité à la région sud-ouest
- Plante buissonneuse typique du milieu semi-aride 'fynbos'
- Produit un thé fermenté rouge
- Marché international en pleine croissance
- Cueilli depuis plusieurs siècles, mais cultivé depuis le milieu du 20^{ème} siècle



Aspalathus linearis

1. Le rooibos

1.3. Croissance forte de la production



Ventes de rooibos (tonnes.année-1) de 1990 à 2003. Source :
Département du Commerce et de l'Industrie, 2004.

1. Les producteurs

1.4. Les acteurs

	Producteurs <i>coloured</i>	Producteurs blancs
Implantation sur le marché	~ 2000	~ 1930-1950
Répartition géographique	Suid Bokkeveld, Northern Cape Wupperthal, Western Cape	Western Cape
Nombre de producteurs/ employés	2 coopératives 219 producteurs	350 producteurs 5000 employés
Production 2006	132 tonnes	~10 000 tonnes

- Les ONG
- Le South African Rooibos Council
- Une entreprise à la tête du marché : Rooibos Ltd, 95% du marché national

➡ Pas de réelle coordination d'ensemble entre les producteurs

2. Stratégies de valorisation

2.1. Valorisation par les labels

	Coloured	Blancs
Agriculture Biologique	100%	~15%
Commerce Équitable	100%	~15%
Marque		« Cape Rooibos »



- Mise en place des Indications géographiques en Afrique du Sud
 - Appellations permettant la reconnaissance d'un produit agricole particulier lié à une région et à des pratiques spécifiques
 - Concerne pays membre de l'OMC (accords ADPIC, 1994)

2. Stratégies de valorisation

2.1. Valorisation par les labels

- Diversification des types produits :
 - Valorisation très récente du rooibos issue de la cueillette
 - Rooibos non fermenté, produits dérivés (iced tea, savons...)
- Diversification des stratégies de valorisation :
 - Utilisation rooibos pour comme pharmacopée traditionnelle
 - « Eco-tourisme » : création de la route du rooibos



Rooibos fermenté



Rooibos non fermenté

2. Stratégies de valorisation

2.2. Valorisation par les savoir-faire locaux : résultats du master

- Labellisation des coopératives :
 - Indépendance économique
 - Reconnaissance
 - Valorisation de leur propre savoir-faire
- Coloured définissent leurs pratiques comme fondamentalement *différentes* de celles des cultivateurs blancs
- Identification sociale forte au territoire, référence aux « ancêtres »... => Patrimonialisation de la ressource et des pratiques de productions

➡ beaucoup d'enjeux liés aux savoir-faire sur le rooibos

3. Orientation de la recherche

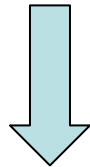
3.1. Objectifs de recherche

- Définir précisément les stratégies de valorisation de la ressource et des savoirs liés
 - Description et analyse des pratiques de production
 - Inscription territoriale et foncière de la production de rooibos
 - Inscription sociale et stratégies identitaires

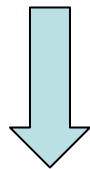


3.2. Hypothèses

- Enjeux politiques et sociaux suscités par la labellisation des pratiques et des savoirs des producteurs



- Les savoirs locaux constituerait une ressource politique et identitaires



- Le rooibos et les SNL seraient-ils une ressource pour se faire (re)connaître?

3. Orientation de la recherche

3.3. Méthodologie

- Démarche d'enquête ethno scientifique
- Deux terrains de 7 mois, étude de tous acteurs
- Encadrement multi institutionnel :
 - Co-encadrement Bernard Roussel et Pascale Maizi
 - Économiste CIRAD à Pretoria, encadrement sur les aspects filières
 - Anthropologue Cap Town sur les savoirs naturalistes locaux dans la région



4. Difficultés rencontrées

Difficultés rencontrées

- Influence des ONG sur les discours des cultivateurs, appropriation de la notion « organic »
- Tensions entre les deux groupes de producteurs
- Problèmes de traduction anglais-afrikaans